

# 谁将登顶电商营销巅峰

## 2014年度金麦奖本周五在杭揭晓

## 网购战火 “烧”到田间地头

通讯员 曹沁芸 本报记者 傅静之

9.9元,可以抢购到1.8升的色拉油或是两双加绒洗手套,以及电热暖手套等等——上周,在淘宝等网站掀起“双12”网购大战之际,分布我省11个地市的20个“聚宝公社”也面向农村消费者推出了第一期“电子商务全网购”活动,以“网络下单+实物选购”的方式,在田间地头推广电子商务,手把手地帮助农村消费者参与网购,共享电商带来的实惠与便利。

### 聚宝公社手把手教网购

位于海宁市长安镇修川路158号的聚宝公社分店,是一位叫俞素娟的店主在经营。最近一周以来,俞大姐都在忙着帮助纷至沓来的左邻右舍,通过“聚宝公社”选购各种在“双12”期间特价促销的网络商品。考虑到来自农村的大妈大伯既不熟悉电脑操作,也没有支付宝、电子钱包一类的在线支付工具,俞大姐一边帮大家登记和选购,一边教大家如何通过网络下单。为了让村民们消除网购的陌生感,主办方采用“线上订购,线下提货”的方式,将大量手套、暖水袋、保暖鞋等冬令商品提前运至“公社”供大家实物挑选;确认下单后,没有支付宝的消费者可以委托店主下单,并留下联系方式,几天后待实物运抵后再前往“公社”验货,完成交易。

由于聚宝公社的选址,基本都在靠近田间地头的小卖部、小商店,对于想尝试网购、又不会电脑和手机操作的广大农民来说,可以就近前往委托那里的店员下单。大部分农民原本购买大件电器或数码产品等,都要专程前往城里的商场、超市,现在家门口的小卖部就可以搞定。设在小卖部里的聚宝公社,往往也是附近农家的“快件代收点”,这正好一并解决了快件无法一一送抵偏远农家的物流瓶颈。

### 浙江农村电商全国领跑

随着电子商务的快速发展,今年全国农村网购的市场总量有望突破1800亿元,预测2016年将突破4600亿元市场规模。在城市网购市场的规模快速突破1万亿元之后,城市网购市场增速明显放缓,农村市场成为电商们看好的下一个目标群体。

据不完全统计,在过去3年里,淘宝农村消费占比不断提升,从2012年第二季度的7.11%上升快速攀升至今年第一季度的9.11%。有分析认为,10—20年后,中国的农村网购市场或将超越城市,预计2016年全国农村网购市场总量有望突破4600亿元。

在这样的背景下,浙江省商务厅、省财政厅、共青团浙江省委于去年4月发出《关于实施“电子商务进万村工程”的通知》,并根据我省农村消费市场、通信设施和物流配送等实际情况,对“进万村”这项工程进行了中期规划,即在3—5年时间里,在全省农村和近郊建设2万个电子商务服务点,为农村居民提供网络代购、农产品销售等服务;争取到2015年,全省农民的网络购物消费占到日常消费的20%以上,2017年达30%以上,并逐步构建通畅高效的现代化农产品流通体系。

于今年元旦上线运营的“聚宝公社”省级平台,就是“电子商务进万村”工程的重要组成部分,设有商城、特价汇、便民服务和全网代购四大平台。其中的全网代购服务,可以帮助农村消费者一键进入淘宝、京东、天猫、一号店、苏宁易购、当当、亚马逊、唯品会等400多个国内知名网络平台,在线寻找自己心仪的商品。除此之外,“公社”还可以帮大家代购车票、话费,代购农机、农具、种子、化肥,手把手教农民兄弟开出自己的网店以及对接小额金融服务等。

目前,以聚宝公社为代表的“电子商务进万村”工程,让我省的农村电子商务拿到了多项全国第一:网点覆盖全省11个地市的32个县;已发展和建成超过6400个村级服务点,并有望在明年年中突破1万个;能第一时间让广大农民足不出户地采购到包括汽车、家电、家居在内的海量商品,在形式和规模上突破农村网购在下单和收货环节的诸多瓶颈。

·今日湖州·

本报记者 傅静之

互联网改变了一切,商业也不例外。很多年前,比尔·盖茨就笃定:21世纪不做电子商务,就无商可务了。对于“电子商务”这个绝代佳人,知名营销策划专家叶茂中在《巅峰营销》一书的“序言”中认为,电商并不是把商品放在网上卖这么简单,线上的生意绝不是一本万利的露天金矿,其厮杀的程度更为激烈,大家所面临的每一个问题都是崭新的,没有经验可考,没有前人指导,一切都是未知。

或许,正是因为这个前途似锦的行业存在太多的乱象与未知,一场旨在挖掘最优秀电商营销案例的年度盛宴、一个旨在鼓励精英人士锐意创新的最高奖项,在浙江诞生。金麦奖,一出生就风华正茂,成为这个时代不甘平庸、愿承担风险亦愿为他人创造价值的精英们聚首、比拼、对话、碰撞的舞台。

2014年谁将登顶电商营销的巅峰?本周五,由杭州市政府、浙江省商务厅、浙报集团共同主办的金麦奖颁奖典礼暨中国(杭州)国际电商营销峰会,让杭州在这个辞旧迎新的冬日里再度成为国内乃至全球互联网和电商行业关注的焦点。

## 人气爆棚, 获奖案例 成行业教科书

2013年12月21日,广州。原计划千余人到场的主题论坛和颁奖盛典,出人意料地出现“爆棚”,大量不清自来的嘉宾在会场外守候。一整天的活动,会场内外都是一片“黑压压”的盛况。

金麦奖以高起点、高规格征服了业界——不仅邀请到众多电商营销领域的“大咖”担纲评审,就连演讲嘉宾、颁奖大腕,以及摘得最终桂冠的营销案例,如今看来都让人血脉贲张、激动不已。

褚橙变身“励志橙”、红米“首秀”QQ空间、茵曼放鸽子事件……平日常,苦心经营的电商人总是千百次地问:传统品牌上线后,如何解决同质化竞争以及与传统经销渠道的冲突?如何在线玩转事件营销、利用新媒体向目标客户群更好地传播?在包邮5折已成过去时、“双11”初显疲态的当下,如何再度抓住消费者的目光?而上述这一个个拿下“金麦奖”的营销案例,用实实在在的业绩,逐一回答了大家的疑问。

据主办方介绍,“金麦奖”设置初衷,是打造成国内最具影响力和权威性的电商营销奖项,旨在发掘并嘉奖年度电商最具营销实效案例的个人及团体的奖项,为企业搭建最具影响力的营销平台。

如今,“金麦奖”获奖案例被视为这个营销时代的破局者和拓荒者,已成为一代电商人反复研习的教科书。金麦奖,由此被誉为国内电商行业的年度“奥斯卡奖”。

## 情定杭州, 六大亮点再掀眼球风暴

今年,以“下一个五年”为主题的“金麦奖颁奖盛典暨中国(杭州)国际电商营销峰会”将于后天在集聚IT人气的钱江新城揭开面纱。本报记者为你提前梳理本次盛典的六大亮点。

**亮点1:**本届颁奖典礼的主题是“下一个五年”。预判下一个五年,是一件非常有意义的事情。由电商界顶尖的学者、企业家和营销专家共同预测“电商行业下一个五年”、“电商企业的下一个五年”以及基于大数据分析的“电商营销趋势的下一个五年”,将成为本届峰会的最大亮点。

**亮点2:**平日里,那些神秘又让人崇拜的阿里高管,将用最权威的数字和分析,来预测未来5年电商行业的发展趋势,出席峰会并发言的阿里高管一共有3位,全部都是副总裁级别。

**亮点3:**余温未退的“双11”网购大战,究竟是哪些品牌和商家最终傲视群雄,运用独到的营销策略赚得盆满钵溢?后天,今年“双11”网购大战中,天猫平台各类目的销量冠军,将在峰会中集体亮相,把平日里视为高度商业机密的“双11”营销策略全盘托出,与大家共享成功的秘诀。此外,2014年度金麦奖的终审评选会,已提前半个月将所有重量级评委请到杭

**亮点4:**在2013年优酷土豆



2013颁奖典礼现场

集团多屏战略发布会上,优酷土豆集团董事长兼CEO古永锵表示:“五六亿网民已经进入多屏时代,75%的网民会使用多个屏幕观看视频,60%的人会在同一天内使用多屏观看视频。”

相关数据表明,2012年中国在线视频广告规模超过60亿元;而2013至2015年,这一数字将分别达到127亿元、162亿元和250亿元,其增长率远远高于其他主流媒体类。随着需求的转变,众多的互联网媒体平台、广告公司也都将精力转移至视频营销领域。

因此,本次颁奖盛典,除了传统的女装、男装、鞋包、彩妆、3C数码等类奖项以外,金麦奖还将与阿里妈妈合作,增加“视频奖”作为颁奖环节最大亮点。

**亮点5:**本次峰会还将有来自全国的20多个地方政府组团参加。有观点认为,中国未来的经济网络,县域是核心。而作为中国网购消费新的增长点,县域电子商务对经济和社会发展的战略价值日益显现。去年以来,全国各地的政府都在积极推动本地产

业的电商化转型,特别是今年7月阿里巴巴集团举行了全国县域经济与电子商务峰会,各地特别是中西部地区在推动区域电子商务发展上下足了功夫。因此,峰会也将成为各地政府参与交流和共享资源的最佳平台。

**亮点6:**本次峰会还将率先在业内采取“虚拟现实”的手法直播盛会,即使你不在杭州,或者因为工作抽不开身无法前往现场,只要下载“暴风影音”,使用其中的“暴风墨镜”功能,就能身临其境观看峰会直播。

## 大咖云集, 终审历经层层严格筛选

既被奉为“经典”,那么必有过人之处。事实上,后天所有即将颁布的奖项,都来自12月6日的终审评选会。那天,2014年度金麦奖的终审评选会,已提前半个月将所有重量级评委请到杭

州。从热烈到激烈,从当仁不让到据理力争,每一个奖项的确定,都经过评审会一而再、再而三的推敲和论证。

出席评审会的包括2014金麦奖评审会主席、中国广告协会

学会委员会主任金定海,北京大学新闻与传播学院副院长陈刚,WE GROUP和威库电子商务创办人兼CEO陈一枏,虎啸奖执行主席、《数字营销》杂志总编辑陈徐彬,联想集团高级总监、中国区丁模式业务新通路总经理杨侠,乐视网副总裁刘刚,洁丽雅集团首席品牌官黄海南,阿里妈妈品效国际营销总监霍志刚,地幔首席战略官袁俊,互赢数字营销董事长、釜山国际广告节中国首席代表季立政,茵曼品牌创始人兼CEO方建华,腾讯智慧营销研究院专家刘东明,淘宝天下周刊总编辑胡志弘等15名业界领军人物。

出席评审会的大咖们从市场洞察的精准度、创意策略和项目目标的紧密度、电商营销渠道运用和用户体验优化的水平、营销策略的创新程度来进行考量评审,同时更加重视案例的实施结果。

经过评审员历时一天的激烈讨论、评议、复议、投票,2014金麦奖最终评选出了女装类、男装类、鞋包类、时尚配饰类、母婴类、彩妆护肤类、手机数码类、家电类、食品饮料类、家装生活类、交通类、其他类、平台类、视频类14个

类别的金银铜奖,同时评审委员经过长达3轮的阐述和投票,评选出了2014金麦奖的全场大奖。

金麦奖评审会主席、中国广告协会学术委员会主任金定海透露,今年的金麦奖报名案例类目齐全,种类丰富。截至报名结束,共收到逾300个优秀案例,不仅吸引了淘宝旅行、京东、亚马逊中国这样的电商平台参赛,还有韩都衣舍、茵曼、罗莱家纺、海尔、裂帛、GXG、骆驼、林木木业这样的优秀电商企业报名。周生生、美宝莲、联想、英特尔、飞利浦、奔驰等线下知名品牌以及新浪、芒果TV、乐视、万合天宜等视听媒体平台也都积极加入到角逐中。

金定海认为,从无线营销、社会化媒体创意到音视频媒体平台投放,这些都反映了电子商务营销发展在不断顺应潮流,与时俱进。金麦奖执行委员会主席、淘宝天下周刊社总编辑胡志弘表示:今年金麦奖和虎啸奖的战略合作,还有和阿里妈妈平台共同推出视频类奖项,更加丰富了金麦奖的涵盖面。金麦奖不仅着眼于研究、总结当下电子商务营销的发展潮流,更站在营销的角度探寻电子商务未来之路。



本月初的终审现场

## 德清县供电公司: 打造“精品台区”助力“两美”家园

11月11日,在浙江省电力公司“精品台区”竞赛总结现场会上,德清县供电公司的3个台区从全省16万农村公变台区中脱颖而出,入选“百佳精品台区”,该公司被评为“优秀组织奖”,一位员工被评为优秀台区经理。

### 台区建设有“三高” 农村电网换新貌

据德清县供电公司乡镇供电所管理部相关负责人介绍,在建设精品台区过程中,该公司坚持“三高”标准,台区建设标准化、精益化、智能化

“三化”相结合,确保设计高标准、高质量;以国网“三通一标”和德清县供电公司台区建设的“六统一”模式为标准,推行“四级验收”确保大修技改工程质量;以资金落实到位、工程管理到位、工程验收到位为目标确保高效率。

### 服务群众有“三实” 农民用电更踏实

“光有好的设备是不够的,服务也必须跟得上。”乡镇供电所管理部负责人说,为配套精品

台区建设,该公司以“三实”开展用电服务。通过成立综合性营销监控中心,建设营配贯通平台,实现业务融合,停电分析到户;深化台区经理制和供电服务对接村级便民服务中心,为农村客户提供预约服务和主动抢修服务。对养殖户、小微企业等不同类型的客户,开展差别式、管家式服务;“三实”服务的开展,让农网供电可靠率大幅提高,这让养殖户信心大增,“供电越来越可靠,明年打算再多养几亩。”水产养殖户丁老板告诉笔者。

### 精心耕耘近十载 精品台区出硕果

德清县供电公司自2006年率先通过全国首批新农村电气化县验收后,每年持续投入8000万元左右的资金,全面推进农村电网改造升级工程,特别是2013年以来,该公司在全省率先开展农排线路改造接收工作,两年投入资金1.58亿元,开创性解决了农村用电最后一公里难题。此次精品台区建设将全县农网硬件设施、管理模式提升到一个新的高度,为美丽家园建设锦上添花。(张超 陈伟明)

## 德清县供电公司 助力“三改一拆” 共建新家园

10月20日,德清县钟管镇的嵇家浜和朱家角,一台台挖掘机正“轰隆隆”地在现场作业,家家户户的泥水工也“叮叮咚咚”地忙得热火朝天。一旁几名电力工人拿着图纸勘察现场,为新房供电提前做好准备。两个月前,钟管供电服务站接到乡政府要求协助“三改一拆”的通知,迅速派出人员积极配合,对涉及两地“城中村”改造的电力线路进行实地勘察,制定详细实施方案。根据计划对相关线路及用户停电后,再告知工作人员进行旧房拆除工

作,以确保改造进行时不影响附近用户正常用电和旧房拆除现场的安全。

据了解,今年德清县供电公司全程跟踪、紧密配合,及时组织工作人员开展现场调研,与时成立拆违行动电力专业小组,与县“三改一拆”领导小组办公室“无缝对接”,确保拆违工作安全顺利开展;组织专门服务小组,将供电营业窗口前移到拆迁现场,加强了对“三改一拆”工作的配合力度。